

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO  
DI KECAMATAN AMBULU**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh : Amelia Violan Dita  
18.104.11.042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Amelia Violan Dita  
NIM : 1810411042  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, BRAND IMAGE, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO DI KECAMATAN AMBULU”** adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Januari 2024  
Yang menyatakan,



  
Amelia Violan Dita  
NIM.1810411042

**SKRIPSI**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO  
DI KECAMATAN AMBULU**

Oleh : Amelia Violan Dita  
NIM. 18.1041.1042

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping

: Jekti Rahayu, SE, M.SI




## PENGESAHAN

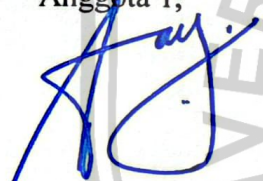
Skripsi berjudul; *Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario Di Kecamatan Ambulu*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Amelia Violan Dita  
NIM : 1810411042  
Hari : Kamis  
Tanggal : 04 April 2024  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,

  
Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si  
NIP: 196612311993031006

Anggota 1,


  
Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM  
NPK.1979120811503633

Anggota 2,

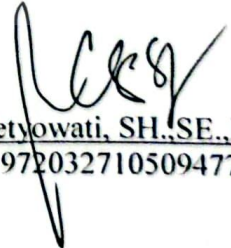
  
Jekti Rahayu, SE, M.Si  
NPK. 198107271703793

Mengesahkan:

Dekan,

  
Maheni Ika Sari, SE.,MM  
NIP.197708112005012001

Ketua Prodi Manajemen,

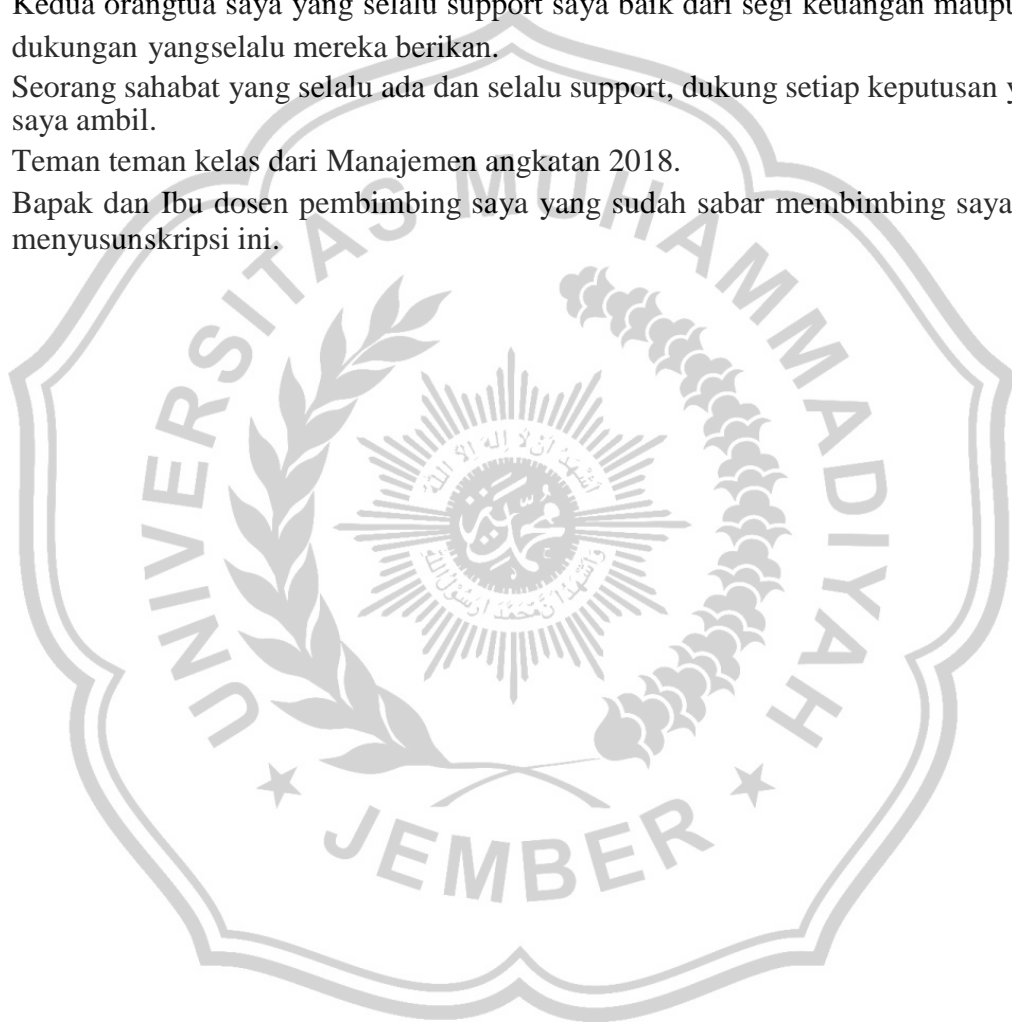
  
Dr. Trias Setyowati, SH.,SE.,MM  
NPK.1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNyan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO DI KECAMATAN AMBULU, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yangselalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusunskripsi ini.



## MOTTO

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, makalapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”  
**(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)**

"Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung."  
**(Q.S Ali Imran: 173)**

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali." –**(HR Tirmidzi)**

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."  
**(Imam Syafi'i)**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO DI KECAMATAN AMBULU, Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Muhamad Naely Azhad, Drs, M.Si, selaku ketua penguji,
3. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan
4. Ibu Jekti Rahayu, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
7. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 30 Januari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

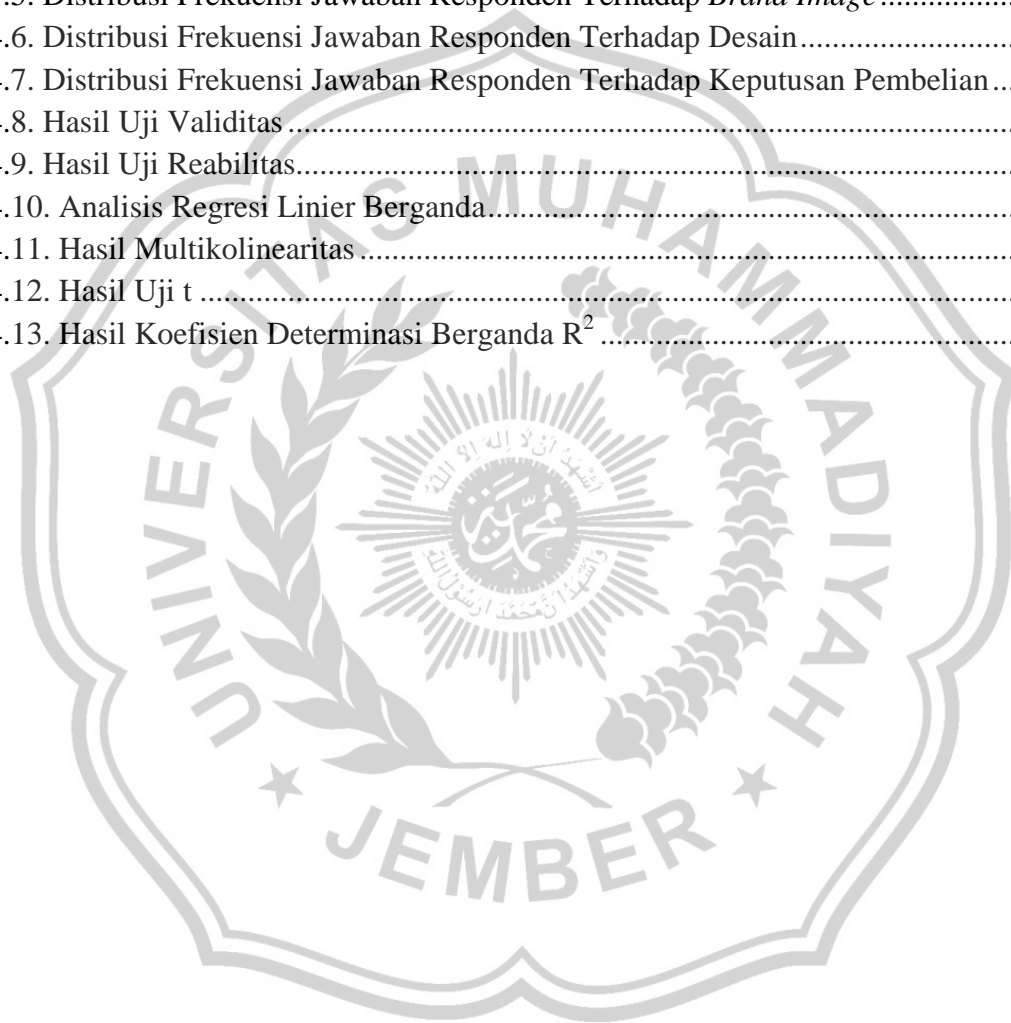
	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.2 Inovasi Produk .....	6
2.2.1 Indikator Inovasi .....	7
2.3 <i>Brand Image</i> .....	8
2.3.1 Manfaat <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	8
2.3.2 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	8
2.4 Desain .....	9
2.4.1 Dimensi Desain .....	9
2.4.2 Tujuan Desain .....	10
2.4.3 Indikator Desain .....	10
2.5 Keputusan Pembelian .....	10
2.5.1 Fase Proses Keputusan Pembelian .....	10
2.5.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.6 Penelitian Terdahulu .....	12
2.7 Kerangka Konseptual .....	14
2.8 Hipotesis .....	15
2.8.1 Pengaruh Inovasi produk terhadap Keputusan Pembelian .....	15
2.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (citra merek) terhadap Keputusan Pembelian .....	16
2.8.3 Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian .....	16
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	17
3.1 Identifikasi Variabel .....	17
3.1.1 Variabel Independen .....	17
3.1.2 Variabel Dependen .....	17
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	17
3.2.1 Inovasi Produk (X1) .....	17
3.2.2 <i>Brand Image</i> (citra merek) (X2) .....	17
3.2.3 Desain (X3) .....	18
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y) .....	18
3.3 Desain Penelitian .....	18



3.4	Jenis Data .....	19
3.4.1	Data Primer .....	19
3.4.2	Data sekunder .....	19
3.5	Populasi dan Sampel .....	19
3.5.1	Populasi .....	19
3.5.2	Sampel .....	19
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	19
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.6.1	Kusioner (Angket) .....	19
3.6.2	Wawancara .....	20
3.7	Teknik Analisis Data .....	20
3.7.1	Uji Instrument .....	20
3.7.2	Analisis Regresi Liner Berganda .....	21
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	21
3.7.4	Uji Hipotesis .....	22
3.7.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	22
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>23</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	23
4.1.1	Profil Dan Sejarah Perusahaan .....	23
4.1.2	Visi Dan Misi .....	23
4.2	Karakteristik Responden .....	23
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden .....	25
4.3.1	Deskripsi Variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) .....	25
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) .....	25
4.3.3	Deskripsi variabel Desain ( $X_3$ ) .....	26
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	26
4.4	Hasil Uji Instrumen Data .....	27
4.4.1	Uji Validitas .....	27
4.4.2	Uji Reabilitas .....	27
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	28
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	29
4.6.1	Uji Normalitas .....	29
4.6.2	Uji Multikolinearitas .....	30
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas .....	30
4.7	Hasil Uji Hipotesis .....	31
4.7.1	Uji t Parsial .....	31
4.7.2	Hasil Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	32
4.8	Pembahasan .....	32
4.8.1	Pengaruh Variabel Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
4.8.2	Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
4.8.3	Pengaruh Variabel Desain Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>36</b>
5.1	Kesimpulan .....	36
5.2	Saran .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>37</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>39</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Sepeda Motor Tahun 2023 .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Honda Vario .....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	24
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
Tabel 4.3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	24
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk.....	25
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i> .....	25
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Desain.....	26
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas .....	27
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas.....	27
Tabel 4.10. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
Tabel 4.11. Hasil Multikolinearitas .....	30
Tabel 4.12. Hasil Uji t .....	31
Tabel 4.13. Hasil Koefisien Determinasi Berganda $R^2$ .....	32



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Step- Step pada Keputusan Pembelian .....	11
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas. ....	29
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas. ....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kusioner Penelitian .....	39
Lampiran 2. Rekapitulasi Kuesioner .....	42
Lampiran 3. Uji Instrumen Data.....	44
Lampiran 4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	50
Lampiran 6. R Tabel.....	52
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian .....	53

